

### 3. 결 어

우리나라의 경우는 어떨까? 현재, 우리나라 케이블사업자의 ARPU가 약 6,000원 정도이고 완전한 IPTV는 아니지만 VOD서비스를 제공하고 있는 하나TV의 요금수준이 4년 약정일 경우 월 7,000~9,000원 정도이다. 또한 언론에 알려진 바에 따르면 KT의 IPTV 요금 수준이 월 1만5천원 정도가 될 것으로 보인다.<sup>2)</sup>

케이블TV와 차별화되지 않은 상황에서 케이블TV보다 훨씬 높은 요금을 받기는 어려울 것으로 보인다. 왜냐하면, 케이블TV와 특별히 다르지도 않은 IPTV를 보기 위해 케이블TV 요금 보다 비싼 요금을 부담하고자 하는 소비자는 아무도 없을 것이기 때문이다. 물론, IPTV가 케이블TV사업자와 확연히 구별되는 양방향서비스를 제공하거나 결합판매와 같은 형태로 제공되어 여러 서비스들과 함께 제공되는 경우에는 달라질 수 있을 것이다. IPTV가 얼마나 케이블TV와 차별화된 서비스를 제공할 수 있느냐가 관건이 될 것이다.

#### 참고자료:

- [1] 이영수, "IPTV확산의 성공 열쇠", LG주간경제, 2006. 4. 5
- [2] 연합뉴스, KT "IPTV요금 월 1만5천원 가량 될 것", 2006. 2. 1
- [3] Michael Sommer, "IPTV Service Rate Plans: How IPTV Companies are Pricing Services", IP Television Magazine, 2006. 8
- [4] Ingrid Lunden, "To IPTV or not to IPTV, that is the question", Total Telecom, 2006. 10. 17

---

## 인도의 이동통신 발전 및 전망

---

정보통신협력연구실 책임연구원 김태은  
(T. 570-4041, lmy94@kisdi.re.kr)

인도 통신시장의 급성장은 세계적으로 주목을 받고 있으며, 특히 이동통신부문의 발전 속도는 이미 중국을 앞지르고 있다고 평가되고 있다. 2006년 3월에 가입자 수 92,051,200명으로 연평균 72.4%의 성장을 이루고, 보급률도 7.8%에 이른 인도의 휴대전화가입자수는 2006년 9

---

2) 연합뉴스 기사 참고

월 1억 2천 900만명으로 6개월간 약 3,000만 명의 가입자가 폭발적으로 증가하는 모습을 보여주었다. 인도의 이동통신가입자 수는 이미 고정전화 가입자수를 넘어서 약 3배의 규모를 보여주고 있다.

〈표 1〉 인도의 유선 및 무선 가입자 증가 추이(2005. 3~2006. 9)

(단위: 백만명)

	2005년			2006년						
	3월	9월	3월~9월 증가	3월 <sup>1)</sup>	7월	8월	9월	8월 증가	9월 증가	3월~9월 증가
무선	52.22	65.07	12.85	98.78	117.54	123.44	129.51	5.90	6.07	30.73
고정	46.19	48.00	1.81	41.54	40.83	40.87	40.75	0.04	-0.12	-0.79
총계	98.41	113.07	14.66	140.32	158.37	164.31	170.26	5.94	5.95	29.94

자료: Telecom Regulatory Authority of India, Press Release No. 97, 2006, 12th, October 2006.  
(www.trai.gov.in)

인도 통신시장 발전에는 1991년 경제위기를 계기로 자유화 정책을 기반으로 지속적으로 발전하여 왔으며, 2005년에도 7~8%의 성장을 이룬 인도 실물경제의 발전이 큰 역할을 하였다. 이러한 자유화 기조는 통신시장에도 적용되어 1990년대 후반 대폭의 규제완화가 이루어졌으며, 2005년 10월에도 이사회에 자국인 참여 조건하에 통신서비스 업체들의 외국인 지분 제한을 49%에서 74%로 확대하는 조치를 취한 바 있다.

인도의 이동통신부문의 급성장은 정부차원의 과감한 자유화, 경쟁도입, 투자확대 등으로 규제환경에 양호하며 유선 인프라 보급이 지체되고 있으며, 이동통신사업자들간의 경쟁으로 저렴한 요금 및 저렴한 단말기, 구매력을 가진 중산층의 성장 등에 기인한다고 할 수 있다.

인도의 유선전화보급율은 2005년 말 현재 4.5%로 7%대의 이동 전화보급율보다 낮은 양상을 보여주었으며, 이동전화 보급이 급속히 이루어지고 있는 2006년 9월 현재 유선전화가입자수는 정체되거나 오히려 감소하는 양상을 보여주고 있다. 실제로 2005년 4월부터 2006년 1월 사이의 신규통신회선 3,200만 회선 중 무선회선이 3,100만회선이라는 절대적인 모습을 보여주고 있는 상황이며, 2006년 9월 현재 15.44라는 인도의 전화보급율(유선 및 무선 총합)은 이동통신서비스의 보급에 의해 나타난 결과라고 할 수 있다.

또한 다수의 이동통신사업자들의 경쟁<sup>2)</sup>에 따라 요금 인하 경쟁이 이루어져 현재 분당 2센

1) 2006년 3월 부터는 WLL-F(Wireless Local Loop-Fixed)를 무선통신으로 포함시킴

2) 인도의 이동통신서비스의 경우 4개의 대도시권(델리, 뭄바이, 캘커타, 첸나이)과 도시 이외의 19

트라는 세계에서 가장 저렴한 요금으로 서비스가 제공되고 있다.<sup>3)</sup> 또한 선불카드처럼 감당할 수 있는 수준의 요금정책이 시행되고 있다는 점도 중요한 요인이 되고 있다. 저렴한 요금의 서비스를 적정 한도 내에서 운용할 수 있다는 두가지 요소의 결합이 시너지 효과를 가져왔다고 할 수 있다.<sup>4)</sup>

두 번째 요소인 저렴한 단말기의 경우도, 인도 국민의 대다수가 휴대폰을 이용하기 위해 적정한 가격이 22달러라고 인도의 통신부장관 다야니디 마란이 언급한 바 있으며 실제로, 텍사스 인스트루먼트나 필립스와 같은 업체를 필두로 20달러대의 초저가 모델의 휴대폰이 시장에 공급되고 있다. 아이서플라이는 이와 관련, 인도의 휴대폰 가입자 증가추세와 휴대폰 수요가 가격적인 측면에서 높은 탄력성이 있을 것으로 예상되며, 단말기 판매가격은 지속적인 하락세를 보이면서 판매대수는 꾸준히 증가할 것으로 내다봤다.

그러나 인도의 연평균 5~10%의 경제발전과 중산층의 성장으로 카메라폰 등 고기능이 탑재된 휴대폰의 선호도가 인도내 젊은 층을 대상으로 확산되고 있다는 점도 주목해야 할 부분으로 지목되고 있다. 인도내 전체 휴대폰 시장에서 카메라폰이 차지하는 비중은 지난 2004년 5월 5.9%에서 1년만인 2005년 5월에는 15%까지 늘어났다. 세계에서 가장 젊은 층이 많은 인구 구성비를 가지고 있는 인도내 젊은 소득계층의 우선 소비가 휴대폰으로 몰리게 되면 고가폰을 포함한 휴대폰 시장은 급성장할 것으로 예상되고 있다.

인도의 이동통신시장은 정부의 정책의지, 사업자들의 공세적인 경영, 인도경제의 발전 등에 기인하여 지속적으로 발전할 것으로 예상된다. 이러한 상황은 이미 가용 및 확장 스펙트럼에 대한 치열한 경쟁으로 나타나고 있다. 2006년 9월 인도의 통신부는 민간 기업인 Bhartu Aritel와 Hutchison, 국영 기업인 Bharat Sanchar Nigam Ltd(BSNL)와 Mahanagar Telephone Nigam Ltd(MTNL) 등 4개 이동통신 사업자들에게 주파수를 할당하여 현재 시험운용 단계에 들어가 있다.<sup>5)</sup> 인도의 이동통신부문에는 2005년의 지분제한 완화로 이미 80억 달

---

개 사업지역(Circle)으로 나누어져 있으며, 이동통신면허는 이 전지역에 대해서 25개 사업자에게 총 78건의 면허가 부여되었다. 최대 사업자는 바르티 셀룰라(Bharti Cellular)이다.

- 3) 인도의 휴대폰 사용자들은 음성서비스에 매달 10달러 미만의 요금을 지불하고 있는 것으로 파악되고 있으며 선불카드의 경우 70%이상이 액면가 10달러를 구매하고 있음
- 4) 기존에는 GSM방식이 주류를 이루었는데, 2001년에 CDMA WLL(M)으로 불리는 서비스가 도입되었으며 2002년말 릴라이언스인포콤이 본격적으로 CDMA 서비스를 개시하면서 저렴한 요금 등을 내세워 시장 점유율을 높이고 있다.
- 5) CDMA부문 선도 기업인 Reliance Communications는 현재 주파수 대역을 확보하고 있는 지역에서 새로운 지형에 적합한 주파수 추가 할당방안을 모색하고 있으며 CDMA 분야의 라이벌 업체인 Tata Teleservices 역시 새로운 주파수 확보가 필요한 것으로 알려져 있으며 이들이 Qual-

리의 외국인 투자가 확보되어 공세적인 투자 및 사업을 위한 기반이 마련되었다고 할 것이다.

인도정부는 Ten Point Agenda(2006. 5. 24)를 통해 2007년까지 영토의 85%까지 이동통신 서비스 지역을 확대하고(현재는 30%), 국방용으로 확보된 45Mhz의 추가 주파수 대역을 이동통신서비스용으로 용도를 변경할 것을 천명하였다. 이러한 내용은 2007년 말까지 2억 명의 휴대전화 가입자를 유치하겠다는 정부의 목표에 따라 수립된 것이라고 할 것이다. 또한 도농간의 정보격차 해소<sup>6)</sup>의 측면에서도 이동통신을 가장 효과적인 수단으로 간주하여 2006년 말까지 인구 5,000명 이상 규모의 마을에 대해 모바일 접속 환경을 구축하고, 2007년 말까지는 모바일 접속 환경을 인구 1,000명 이상 규모의 마을까지 확장한다는 계획을 수립하고 있다. 이러한 정부목표가 달성되면 인도에서는 국민들의 거주지역이나, 소득수준에 상관없이 이동통신 혁명의 진전에 따라 모든 국민들이 점차적으로 이동통신 서비스의 수혜를 누리게 될 것이다.

인도 정부의 정책목표 및 규제완화 등과 같은 정책지원과 상시 언급한 많은 요소들을 고려하여 많은 통신시장 분석자들이 인도의 이동통신 가입자가 2010년에는 3억 5,000만 명에 이를 것을 예상하는 등 중국과 함께 현재 가장 유망한 시장으로 간주되고 있는 인도의 이동통신부문의 폭발적인 증가세는 계속될 것으로 예상된다.

#### 참고자료:

- [1] India, Key Statistic and Telecommunications Market Overview, Paul Budde Communications, 2006. 9. 24
- [2] 藍澤志津, 인도 통신시장-急成長の陰で 擴大する デジタル・デイバイド-, ITU Journal, Vol 36, No 5, 2006. 5
- [3] DOT, [www.dot.gov.in](http://www.dot.gov.in)
- [4] TRAI, [www.trai.gov.in](http://www.trai.gov.in)
- [5] ICA, [www.itx.or.kr](http://www.itx.or.kr)

comm의 로얄티 등과 관련하여 GSM사업의 수행도 검토중이라는 관측도 있다.

6) 2005년 6월 현재 국내에 있어서 도시의 전화보급율은 31.1%인데 반하여 농촌지역은 1.94%에 불과하다.